



چهار روش برای افزایش سریع فروش

اگر کسب و کاری را شروع کرده‌اید و مشتریانی دارید، بنابراین فروش شما قابل افزایش است. نکته مهم آن است که از روش‌های مناسب برای **افزایش فروش** استفاده کنید. بعضی از این روش‌ها بلافاصله فروش را افزایش می‌دهند. حال به چهار روش اشاره می‌کنیم.

۱. چیزی با ارزش به مشتریان بدهید که برای شما هزینه زیادی نداشته باشد

شما می‌توانید برای محصولات خود یک جایزه در نظر بگیرید و برای مدتی محدود به تمام کسانی که از شما خرید می‌کنند آن جایزه را نیز ارائه کنید. جایزه می‌تواند یک کتاب الکترونیکی کوتاه به صورت PDF باشد که پس از هر خرید، به آدرس ایمیل مشتری فرستاده شود؛ مثلاً اگر مخلوطکن می‌فروشید می‌توانید راهنمایی تهیه کنید و طرز تهیه چندین نوشیدنی میوه را که با مخلوطکن قابل تهیه است، برای مشتری

ارسال کنید. این کار برای شما هزینه چندانی ندارد و باعث **افزایش فروش** خواهد شد. اگر محصولاتی را می‌فروشید که کار با آن‌ها خیلی ساده نیست، می‌توانید طرز استفاده از وسیله را توضیح داده و آن را به صورت صوتی ذخیره کنید. سپس راهنمای صوتی را روی سی‌دی به مشتریان بدهید. مطمئن باشید مشتریان برای افراد دیگر نیز، از کسب‌وکار شما صحبت خواهند کرد. نکته مهم آن است که به مشتریان یادآوری کنید که شرط تعلق جایزه به آن‌ها آن است که خرید آن‌ها تا قبل از تاریخ مشخصی انجام پذیرد. بدین ترتیب فروش شما بلافاصله افزایش خواهد یافت.

۲. به مشتریان غیرفعال بفروشید

در هر کسب‌وکار، مشتریانی وجود دارند که دیگر خرید نمی‌کنند. طبق نظرسنجی که در آمریکا صورت گرفته است، مهم‌ترین دلیل آن، قطع ارتباط بین فروشنده و مشتری می‌باشد. پس در ارتباط بودن با مشتریان، کلیدی برای **فروش بیشتر** است. فهرستی از مشتریان غیرفعال تهیه کنید و سپس برای آن‌ها یک کارت پستی بفرستید و به آن‌ها یادآوری کنید که برای شما با ارزش هستند. همچنین می‌توانید یک فروش ویژه برای آن‌ها در نظر بگیرید تا دوباره به مشتریان فعال شما بپیوندند. راه دیگر آن است که با آن‌ها تماس بگیرید تا محصولات جدید را به آن‌ها معرفی کنید. همیشه به خاطر داشته باشید که فروش به مشتریانی که حداقل یک‌بار از شما خرید کرده‌اند بسیار آسان‌تر از فروش به مشتریان جدید است؛ بنابراین همیشه با مشتریان ارتباط داشته باشید و حتی اگر آن‌ها برای مدتی از شما خرید نمی‌کنند، باز با آن‌ها تماس بگیرید و ارتباط خود را با آن‌ها حفظ کنید.

۳. هیچ‌گاه تخفیف ندهید!

تخفیف یکی از هزینه‌های پنهان هر کسب‌وکاری است که در غالب موارد به آن اهمیت داده نمی‌شود. به جای دادن تخفیف، کالایی را معادل مقدار تخفیف به

مشتری هدیه بدهید؛ مثلاً اگر کالایی را ده هزار تومان می‌فروشید و مشتری تقاضای تخفیف می‌کند، به او یک کالای هزارتومانی جایزه دهید. با این کار به جای یک کالا دو کالا فروخته‌اید و نکته مهم دیگر آن است که کالای هزارتومانی برای شما هزینه‌ای کمتر از هزار تومان دارد. لذت تخفیف گرفتن خیلی زود به فراموشی سپرده می‌شود، ولی هدیه تا مدت‌ها در ذهن مشتری می‌ماند و بهانه‌ای برای تعریف این موضوع به دیگران می‌شود؛ بنابراین به تخفیف به عنوان هزینه و ضرری جدی برای کسب‌وکارتان نگاه کنید.

۴. هنگامی که مشتری محصولی را می‌خرد، محصولی دیگر نیز به او پیشنهاد کنید

یکی از یافته‌های جالب من در زمینه بازاریابی، مشاهده‌ای است که به نام «حالت خرید» است. مشتری معمولاً در ابتدا حالت تدافعی دارد، سوالات زیادی می‌پرسد، از محصول ایراد می‌گیرد و بالاخره زمانی که قانع شد محصولی را بخرد، وارد «حالت خرید» شده است. در این زمان خیلی راحت می‌توان محصولات دیگری به او فروخت. همین موضوع باعث می‌شود که وقتی شخصی یک دوربین عکاسی خرید بتواند به او یک کیف، باتری اضافی و سه‌پایه و ... فروخت. مشتری برای خرید محصولات بعدی مقاومت نمی‌کند و وسواس زیادی نشان نمی‌دهد؛ بنابراین هرگاه مشتری کالایی را سفارش داد، کالاهای مرتبط دیگری را به او توصیه کنید. هیچ‌گاه پیش‌داوری نکنید که چون مشتری در خرید اول مقاومت زیادی نشان داد، پس کالاهای دیگر را نخواهد خرید.